

**Penempatan Iklan Media Luar Ruang (*outdoor*) di Sepanjang
Garis Imajiner (Garis Khayalan) Nilai Sejarah
Kota Yogyakarta**

SKRIPSI



**Disusun Oleh :
Candra Setia
NIM: 153050301**

**Diajukan
Untuk Memenuhi Syarat Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Pada Jurusan Ilmu Komunikasi,
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"
Yogyakarta**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
YOGYAKARTA
2011**

HALAMAN PERSETUJUAN

**Penempatan Iklan Media Luar Ruang (*outdoor*) di sepanjang
Garis Imajiner (garis khayalan) Nilai Sejarah
Kota Yogyakarta**



Pembimbing I

Pembimbing II

Basuki S.sos M.Si
NPY. 270049601361

Drs.Arif Wibawa, M.Si
NPY. 266049500301

HALAMAN PENGESAHAN

Telah diuji dan dinyatakan lulus di hadapan tim penguji skripsi pada :

Hari / Tanggal :

Judul Skripsi : **PENEMPATAN IKLAN MEDIA LUAR RUANG (*OUT-DOOR*) DI SEPANJANG GARIS IMAJINER (GARIS KHAYALAN) NILAI SEJARAH KOTA YOGYAKARTA**

Penyusun : Candra Setia

NIM : 153050301

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.

Dosen Pembimbing/Penguji Tanda Tangan

1. Basuki S.sos M.Si
NPY. 270049601361
Pembimbing I
2. Drs.Arif Wibawa, M.Si
NPY. 266049500301
Pembimbing II
3. Dr.Cristina Rochayanti, M.Si
NIP. 15907231994032001
Penguji I
4. Subhan Afifi, M.Si
NPY. 274099701741
Penguji II

MOTTO

Tugas kita bukanlah untuk berhasil. Tugas kita adalah untuk mencoba, karena didalam mencoba itulah kita menemukan dan belajar membangun kesempatan untuk berhasil

Apapun yg terjadi, jangan dijadikan beban. Berserah diri sepenuhnya pada Tuhan, dan yakin Tuhan telah merencanakan yg terbaik.

Jangan menunggu waktu yang tepat untuk melakukan sesuatu, karena waktu tidak akan pernah tepat bagi mereka yg menunggu.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya kebanggan ku ini ku persembahkan untuk

*Ibu dan bapakku tercinta,
mbaku, kakaku dan keluarga besar penulis
skripsi ini ke dedikasikan kepada engkau yang mengharapkan
Penulis agar cepat lulus dan bisa berdikari
Semoga ini bisa menjadi
Sedikit balas budi atas pengorbanan
Yang telah kalian berikan selama ini
Dan sebagai bukti kecil atas kerja keras penulis
Thanks for your love
Thanks for everything
Aku bangga memiliki kalian semua*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada ALLAH SWT yang telah memberikan kesempatan dan karunia-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENEMPATAN IKLAN MEDIA LUAR RUANG (OUT-DOOR) DI**

SEPANJANG GARIS IMAJINER (GARIS KHAYALAN)
NILAI SEJARAH KOTA YOGYAKARTA” Dengan baik dan lancar. Skripsi ini merupakan salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran Yogyakarta”.

Skripsi ini dapat selesai tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah membantu penulis baik dalam penelitian, penyusunan skripsi, maupun selama kuliah disini. Untuk itu penulis mengucapkan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Agung Prabowo, SIP., M.Si. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) UPN “Veteran” Yogyakarta.
2. Basuki, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing pertama yang telah rela meluangkan waktu dan segalanya untuk mendukung tercapainya skripsi ini.
3. Drs. Arif Wibawa., M.Si. selaku dosen wali penulis dan pembimbing kedua yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan perkuliahan dan skripsi.
4. Keluarga besar penulis, khususnya Ibu dan Bapak di rumah (yang setia nunggu anaknya) yang telah banyak mengajarkan tentang arti hidup yang belum tentu orang lain dapatkan. terima kasih yang tak terhingga kasih

sayangnya dari kecil hingga sekarang tidak henti-hentinya menyangi dengan tulus. Terima kasih juga kepada kakak dan mbakku yang selalu mendukung penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.

5. Kepala Dinas pariwisata dan Kebudayaan Yogyakarta Drs. RM. Budi Santosa, Bapak Supriyadi staf Dinas Pajak dan Pengolahan Keuangan (DPDPK) kota Yogyakarta, Kaprodi Arsitektur Universitas Atma jaya bapak Christian JST. F., Ir., MSA, bapak M.Syarif staf UPT (Unit Pelayanan Teknis) Kawasan Malioboro, Bapak Tri Kuntoro, Pengolah Pusat Kebudayaan Bidang Diskusi dan Pendidikan Universitas Gadjja Mada, Bapak Pamungkas staf Bidang Pengendalian, Evaluasi, dan Pelaporan Sarana dan Prasarana Tata Ruang, Manager Link Media Advertising Bapak Andry yang telah memberikan izin melakukan penelitian.
6. Semua anak-anak Jurusan Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta khususnya angkatan 2005 semoga kita sukses selalu.
7. Jerry, Viktor, Welly, Berto, Hanif, Hendrikus, Nanda, Santiko, dadank, Heru, Aprian (aprek) Titha, Kiki, Aslami, Ella seluruh penghuni Mio Resident, terima

kasih atas dukungan dan canda tawanya, semoga kita sukses semuanya.

8. Anak kost Cepit baru 318 bang Habsi, bang Andre, Andhi, Alpon, Juli, Rudi, (Diah, Chika, Mpit terimah kasih telah menemani penelitian ke pemkot) ayo sukses selalu buat kalian.
9. Anak putsal brengkes Alpin, Eris, Septa, Sigiet, kak Ibenk, Bayu, Djo-djo, Hary, Jafar, Jerry, Teddy, Mox' terimah kasih motivasi kalian mendorong penulis mengerjakan skripsi sukses buat kalian semua.
10. Teman kampung halamanku Aji, Dedek, Hendri, Budi, Fonidi, Ferry, Yoga, Eka, Asril-Asrul, Sulis, Dian, yudi terimah kasih telat memberi support dan doa kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini, sukses buat kalian semua.
11. Anak-anak Asrama Serasan Sekundang (Tanjung-Muara Enim Palembang) terimah kasih telah memberi tempat terindah di Yogyakarta ini, sukses buat kalian semua.
12. Semua pihak yang telah banyak membantu dan memberikan dorongan.

Terakhir penulis ingin mengucapkan kepada Tim Penguji,
yang telah memberikan masukan dan saran, demi lebih baiknya
skripsi ini dari yang sebelumnya.

Yogyakarta, September 2011

Penulis

Candra Setia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv

HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Kerangka Pemikiran.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	30
2.1 Periklanan	30
2.1.1 Definisi Periklanan	30
2.1.2 Tujuan dan fungsi Periklanan	33
2.2 Iklan Media Luar Ruang (<i>outdoor</i>)	37
2.2.1 Pengertian Iklan Media Luar Ruang (<i>Outdoor</i>).....	39
2.2.2 Strategi Merancang Iklan Media Luar Ruang (<i>Outdoor</i>).....	41
2.3 Garis Imajiner Kota Yogyakarta	65
2.3.1 Sejarah Poros Imajiner Kota Yogyakarta	65
2.3.2 Pengertian Poros Imajiner Kota Yogyakarta	67
2.4 Aturan Iklan Pemasangan Iklan Media Luar Ruang Kota Yogyakarta	74
2.4.1 Ketentuan umum Penyelenggaraan Iklan Media Luar Ruang	74

2.4.2	Teknis Tata Letak Media Luar Ruang di Kota Yogyakarta	85
2.4.3	Jenis-jenis Iklan Media Luar Ruang yang di Izinkan kota Yogyakarta.....	90
BAB III METODE PENELITIAN		93
3.1	Metode Penelitian.....	93
3.1.1	Lokasi Penelitian.....	94
3.1.2	Objek Penelitian.....	94
3.2	Teknik Pengumpulan Data.....	94
3.3	Sumber Data.....	96
3.4	Uji Validitas	97
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		99
4.1	Deskriptif iklan media luar ruang (<i>out-door</i>) di sepanjang garis imajiner sejarah kota Yogyakarta	99
4.1.1	Penempatan Iklan Media Luar Ruang di Alun-alun Kota Yogyakarta	99
4.1.2	Penempatan Iklan Media Luar Ruang di jalan Trikora sampai dengan Malioboro Kota Yogyakarta.....	101
4.1.3	Penempatan Iklan Media Luar Ruang di jalan Mangkubumi sampai dengan Tugu Yogyakarta	107
4.2	Eksistensi (boleh tidaknya) iklan media luar ruang (outdoor), bentuk Arsitektur dan Estetika iklan media luar ruang (<i>outdoor</i>) di sepanjang garis imajiner (garis khayalan).....	110
4.2.1	Eksistensi (boleh tidaknya) iklan media luar ruang (outdoor), bentuk Arsitektur dan Estetika iklan media luar ruang (<i>outdoor</i>) di sepanjang garis imajiner (garis khayalan) menurut ahli Bidang Kebudayaan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta.....	111

4.2.2	Eksistensi (boleh tidaknya) iklan media luar ruang (outdoor), bentuk Arsitektur dan Estetika iklan media luar ruang (<i>outdoor</i>) di sepanjang garis imajiner (garis khayalan) menurut ahli Dinas Pajak dan Pengolahan Keuangan (DPDPK) kota Yogyakarta.....	118
4.2.3	Eksistensi (boleh tidaknya) iklan media luar ruang (outdoor), bentuk Arsitektur dan Estetika iklan media luar ruang (<i>outdoor</i>) di sepanjang garis imajiner (garis khayalan) menurut Ahli Arsitektur Universitas Atma jaya kota Yogyakarta.....	125
4.2.4	Eksistensi (boleh tidaknya) iklan media luar ruang (outdoor), bentuk Arsitektur dan Estetika iklan media luar ruang (<i>outdoor</i>) di sepanjang garis imajiner (garis khayalan) menurut ahli Dinas Unit Pelayanan Teknis (UPT) Kawasan Malioboro kota Yogyakarta.....	128
4.2.5	Eksistensi (boleh tidaknya) iklan media luar ruang (outdoor), bentuk Arsitektur dan Estetika iklan media luar ruang (<i>outdoor</i>) di sepanjang garis imajiner (garis khayalan) menurut ahli Pusat Kebudayaan Bidang Diskusi dan Pendidikan Universitas Gajah Mada (UGM) Yogyakarta.....	131
4.2.6	Eksistensi (boleh tidaknya) iklan media luar ruang (outdoor), bentuk Arsitektur dan Estetika iklan media luar ruang (<i>outdoor</i>) di sepanjang garis imajiner (garis khayalan) menurut ahli Dinas Bidang Pengendalian, Evaluasi, dan Pelaporan Sarana dan Prasarana Tata Ruang (KIMPRASWIL) kota Yogyakarta.....	134
4.2.7	Eksistensi (boleh tidaknya) iklan media luar ruang (outdoor), bentuk Arsitektur dan Estetika iklan media luar ruang (<i>outdoor</i>) di sepanjang garis imajiner (garis	

	khayalan) menurut ahli Biro iklan (Link Media Advertising) kota Yogyakarta.....	136
4.2.8	Eksistensi (boleh tidaknya) iklan media luar ruang (outdoor), bentuk Arsitektur dan Estetika iklan media luar ruang (<i>outdoor</i>) di sepanjang garis imajiner (garis khayalan) menurut saya selaku penulis skripsi.....	139
4.3	Pembahasan.....	140
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	145
5.1	Kesimpulan	145
5.2	Saran.....	148

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Poros Imaginer kota Yogyakarta.....	67
Gambar 2.2	(gambar kontruksi billboard 10x20m dengan 3kaki).....	92
Gambar 2.3	(gambar kontruksi billboard vertical 1 sisi)	92

Gambar 2.4	(gambar kontruksi billboard horizontal 1 sisi)	92
Gambar 4.1	Penempatan iklan media luar ruang <i>iklan masyarakat</i> di Alun-Alun kota Yogyakarta.....	101
Gambar 4.2	Penempatan iklan media luar ruang di titik nol Post Indonesia jalan Trikora.....	103
Gambar 4.3	Penempatan iklan media luar ruang di titik nol Gedung Agung jalan Malioboro	103
Gambar 4.4	Penempatan iklan media luar ruang sepanjang jalan Malioboro.....	104
Gambar 4.5	Penempatan iklan media luar ruang di jalan Malioboro	105
Gambar 4.6	Penempatan Iklan media luar ruang <i>Stasiun tugu</i> di jalan Mangkubumi	106
Gambar 4.7	Penempatan Iklan media luar ruang di sepanjang jalan Mangkubumi	108
Gambar 4.8	Penempatan Iklan media luar ruang di jalan Mangkubumi ..	108
Gambar 4.9	Penempatan Iklan media luar ruang di titik Tugu.....	109
Gambar 4.10	Bangunan Cagar Budaya dikawasan Malioboro	112
Gambar 4.11	Pemasangan media iklan luar ruang yang tidak melebihi tinggi bangunan.....	114
Gambar 4.12	Gambar iklan media luar ruang yang menempel di bangunan depan.....	115
Gambar 4.13	(peta tata letak reklame dan alat peraga <i>jl.P.Mangkubumi dan jln Kleringan</i>).....	135
Gambar 4.14	(peta tata letak reklame dan alat peraga <i>jl.Malioboro dan A.Yani</i>).....	136

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Proses penyelenggaraan media luar ruang	26
-----------	---	----

ABSTRAK

Kawasan bersejarah di sepanjang garis imajiner (garis khayalan) sebagai pusat kota Yogyakarta, di penuhi berbagai iklan media luar ruang. Penempatan iklan media luar ruang kurang tertata banyaknya bangunan bersejarah kehilangan makna. Tujuan dari penelitian skripsi ini adalah mengetahui eksistensi (keberadaan) boleh atau tidaknya iklan media luar ruang di tempatkan, Arsitektur dan Estetika iklan media luar ruang (*outdoor*) di sepanjang garis imajiner (garis khayalan) kota Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian

kualitatif untuk menjelaskan data dengan penelitian Penempatan Iklan Media Luar Ruang (*outdoor*) di sepanjang garis imajiner (garis khayalan) nilai sejarah kota Yogyakarta menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh dimulai dengan mengumpulkan data primer dan data sekunder, yaitu wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian dan wawancara oleh dinas-dinas yang terkait, yaitu Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta, DPDPK, KIMPRASWIL, Ahli Arsitektur Universitas Atmajaya, (UPT) Kawasan Malioboro, ahli Pusat Kebudayaan Bidang Diskusi dan Pendidikan Universitas Gajah Mada (UGM), Biro iklan (Link Media Advertising) penempatan iklan di sepanjang garis imajiner kota Yogyakarta diperbolehkan dengan syarat mengikuti aturan-aturan pemerintah kota Yogyakarta. Tidak adanya tempat khusus pendirian iklan media luar ruang terutama iklan masyarakat kota Yogyakarta menyebabkan pendirian iklan tersebut asal-asalan ditambah penempatan masih belum sesuai sehingga menimbulkan kesan semrawut, belum adanya keseragaman bentuk, ukuran, ornamen serta standarisasi bahan papan maupun tiang reklame. Keberadaan iklan media luar ruang di kawasan atau bangunan bersejarah di Kota Yogyakarta sudah saatnya dibuatkan teknis pemasangan reklame masing-masing Dinas Teknis, mekanisme perijinan, masterplan khusus perlindungan benda cagar budaya (BCB) atau kawasan sejarah.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan Penempatan Iklan Media luar ruang di sepanjang garis imajiner diperbolehkan dengan syarat tidak mengganggu berdirinya bangunan, pemasangan di kendalikan baik dari segi penempatan, iklan media luar ruang di sepanjang garis imajiner belum tepat dan masih memerlukan perbaikan, belum dapat memenuhi kriteria keefektifan dan estetika, dari segi ketinggian juga harus di pertimbangkan, dan dari segi perizinan mengikuti aturan-aturan yang di tentukan oleh pemerintah kota lewat Dinas Pajak dan Pengolahan Keuangan (DPDPK) kota Yogyakarta. Pentingnya sebuah keseragaman bentuk, ukuran, desain konstruksi dapat membangkitkan estetika iklan media luar ruang (*out-door*) di sepanjang garis imajiner kawasan sejarah kota Yogyakarta, dan juga pentingnya mempertahankan bentuk arsitektur bangunan kota Yogyakarta dari iklan media luar ruang.

ABSTRACT

Historic region along the imaginary line (imaginary line) as the center of Yogyakarta city, filled with a variety of outdoor media advertising. Placement of outdoor media advertising that is less orderly caused so much loss of meaning of historical buildings. The purpose of this thesis research was to determine whether the placement outdoor media advertising may or may not exist, Architecture and Aesthetics of outdoor media advertising along the imaginary line of Yogyakarta city. The type of research that is used is qualitative research to explain

the data of the Outdoor Media Ad Placement research along the imaginary line historical value of Yogyakarta city using qualitative descriptive methods. Obtained data starts with collecting primary data and secondary data by commencing in-depth interviews, observation and documentation.

The results of research and interviews of the relevant departments, which are Cultural Tourism and Culture of Yogyakarta, DPDPK, Regional Infrastructure Department, Architecture Expert of Atmajaya University, (UPT) Malioboro Area, Cultural Center Field Discussion and Education expert of Gajah Mada University, Advertising Bureau (Link Media Advertising) conclude that the placement of advertising along the imaginary line of Yogyakarta city is allowed on the condition that it's following the rules of Yogyakarta city government. The absence of a special place of establishment of outdoor media advertising, especially community advertising is being the cause of perfunctory establishments of the ad plus random placements is still inappropriate giving rise to the impression of chaotic, the lack of uniformity of shape, size, ornamentation and materials standardization of the sign boards and poles. It's about time that the outdoor media advertising presence in the region or historic buildings in the city of Yogyakarta technical installation of billboards to be made by each Technical Office, licensing mechanism, a special protection masterplan of cultural heritage objects (CHO) or regional history.

So it can be deduced that outdoor Media Ad Placement along an imaginary line is allowed, in terms not to interfere with the establishment of buildings, controled installation both in terms of placement, outdoor media advertising along an imaginary line are still just not appropriate yet and need some improvements before they can meet the criteria of effectiveness and aesthetics, and in terms of height it should be taken into consideration and follow the licensing terms by the rules that is determined by the city government through the Office of Tax and Financial Processing (DPDPK) of Yogyakarta city. The importance of a shape, size, construction design uniformity can arouse outdoor media advertising aesthetic in the historical region along the imaginary line of Yogyakarta city, and also the importance of maintaining the architecture of Yogyakarta city from outdoor media advertising.